

## 만화콘텐츠 웹사이트의 콘텐츠 구성에 관한 사례연구 : 한·일 만화박물관 사이트 비교분석

- I. 서론
    1. 문제제기
    2. 연구목적
    3. 분석 대상: 부천의 한국만화박물관과 교토의 교토국제망가유지엄
  - II. 만화박물관의 정의 및 박물관 관련 연구에 따른 특성
    1. 박물관과 만화박물관의 개념
    2. 공공기관 웹사이트 분석 관련 선행연구
    3. 연구 분석 형식
  - III. 박물관 사이트 콘텐츠 분석
    1. 한국만화박물관과 교토국제망가유지엄의 기본 현황과 특징
    2. 콘텐츠 유형별 특징
    3. 제시 콘텐츠 유형에 따른 박물관 웹사이트의 특징
  - IV. 결론
    1. 연구 결과
    2. 후속 연구에 대한 제언
- 참고문헌  
ABSTRACT

권재웅

### 초 록

본 연구는 만화박물관의 웹사이트에서 제시되는 콘텐츠 분석을 목적으로 한 것으로서, 부천의 한국만화박물관과 일본 교토의 교토국제망가유지엄의 웹사이트를 대상으로 했다. 만화 전문 박물관으로서 두 박물관의 웹사이트가 제시하는 콘텐츠를 성격에 따라 홍보형 콘텐츠, 전문정보형 콘텐츠, 전시/체험형 콘텐츠로 구분해서 분석했다. 이러한 분석은 만화박물관의 웹사이트가 전문박물관으로서 그에 부합하는 만화관련 콘텐츠를 제시함으로써 박물관의 기능에 적합한 역할을 하고 있는지를 검토하기 위함이다. 분석 결과, 대체적으로 두 박물관 모두 세 유목에 해당하는 콘텐츠를 비슷하게 제시하는 것으로 나타났다. 특히, 오프라인 박물관의 시설 현황과 전시 프로그램, 그리고 교육 관련 이벤트에 대한 콘텐츠는 공통적으로 제시하고 있다. 그러나 이러한 콘텐츠의 제시가 지향하는 목적은 차이가 있는 것으로 보인다. 한국만화박물관은 교토국제망가유지엄보다 인터넷의 기술적 특성을 좀 더 활용하면서 양방향적 커뮤니케이션과 더 많은 정보의 제공에 목적을 두고 있는 것으로 보인다. 반면에 교토국제망가유지엄은 이러한 정보다는 홍보적 성격의 콘텐츠를 강조하는 것으로 보인다. 연혁, 설립과정과 배경에 대한 설명이 구분되어 제시되는 점, 그리고 4가지의 외국어 사이트가 이를 뒷받침해주는 사례이다. 이는 두 가지 목적 때문인 것으로 보이는데, 하나는 공동으로 운영되는 자치사업이라는 점이고 다른 하나는 방문대상을 해외까지 확대하고자 하는 점이다.

주제어 : 만화박물관 웹사이트, 한국만화박물관, 교토국제망가유지엄, 웹 사이트, 콘텐츠

# I. 서론

## 1. 문제제기

콘텐츠 산업의 경제적 가치가 높아지고 분야 간의 상호연계성이 높아지면서 만화의 가치와 중요성 또한 더욱 인정받고 있다. 이러한 만화의 산업적 가치의 재평가는 만화의 역사적 가치 또한 높이게 되면서 보전의 목적을 가지고 있는 만화박물관의 역할도 점차 커지고 있다.

이미 대학 도서관을 통해 오랜 세월동안 만화를 보전하고 연구해온 미국<sup>1)</sup>과는 달리 한국은 공공기관 성격을 가진 만화박물관이 2001년에야 설립이 되었다.<sup>2)</sup> 이제 10년이 넘는 시점에서 만화산업의 고찰을 위한 차원에서 현 만화박물관의 역할과 기능에 대한 고찰이 필요하다고 할 수 있다. 특히 정보통신기술의 발전과 함께 만화박물관은 온라인을 통해서도 박물관적인 역할을 하려하고 있다. 이러한 시점에서 만화박물관의 온라인과 오프라인 역할과 기능에 대해 살펴볼 필요가 있다. 본 연구는 국내 만화박물관에 대한 연구를 목적으로 하면서 그 중에서도 온라인적인 특성에 대해 연구를 하고자 한다.

## 2. 연구목적

본 연구의 첫 번째 목적은 만화박물관의 웹사이트가 제시하는 콘텐츠는 만화박물관으로서 평가될 수 있을 정도의 콘텐츠를 제공하고 있는지, 그리고 그 콘텐츠는 어떤 성격으로 판단될 수 있는가를 고찰하는 것이다. 즉, 두 만화박물관이 제공하는 콘텐츠의 비교를 통해 만화박물관으로서 제시해야 하는 온라인 콘텐츠

1) Michigan State University의 경우 Comics Research Libraries라는 사이트에서 미국 내 대학에서 만화를 소장, 연구하는 도서관을 보유하고 있는 현황을 보여주고 있을 정도이다. <http://comics.lib.msu.edu/director/comres.htm>

2) 2001년 개관한 한국만화박물관이 2009년 11월 부천 상동 영상문화단지로 이전하여 뮤지엄만화구장각으로 개관하였으며 2011년 5월 한국만화박물관으로 명칭을 변경했다. [출처] 두산백과, 검색어: 한국만화박물관, <http://terms.naver.com/entry.nhn?cid=200000000&docId=1219222&mobile&categoryId=200001856>

의 유형을 파악하고자 한다. 이러한 연구를 하게 된 이유는 만화 박물관 자체에 대한 연구가 아직 부족하기 때문이다. 이미 10여 년의 역사를 가지게 된 만화박물관임에도 이와 같은 분석 연구가 없으므로 이런 유형 분석부터 해야 하는 것이다.

두 번째 연구 목적은 만화박물관에 대한 다각적 접근 중 하나의 유형으로서 만화박물관에 대한 심층접근을 위하고자 함이다. 만화박물관 사이트의 학문적 접근은 크게 온라인과 오프라인으로 나눌 수 있고, 이 두 가지는 다시 콘텐츠와 운영이라는 접근으로 나누어 볼 수 있다. 이 중 온라인 콘텐츠에 대한 접근을 시도함으로써 두 만화박물관이 제시하는 콘텐츠가 지향하는 목적성을 파악하고자 한다. 그리고 이와 같은 세분화된 접근을 통해 만화 박물관에 대한 연구가 지속될 수 있도록 유도하는 선행 연구가 되려는 목적이 포함되어 있다.

이와 같은 목적에 따라 시행해야 하는 만화박물관의 온라인 콘텐츠에 대한 연구는 두 가지 차원으로 나누어 볼 수 있다. 하나는 비슷한 성격의 다른 만화박물관의 웹사이트들을 비교, 분석하는 것이고, 다른 하나는 해당 만화박물관의 온라인, 오프라인 콘텐츠를 비교, 분석하는 것이다. 이 두 가지 차원의 연구들은 각각의 특징을 가지고 있다. 첫 번째 차원에서의 연구는 온라인 콘텐츠에만 집중하는 방식으로서 사이트 비교를 통해, 제공되는 콘텐츠의 성격을 판단하는 방식이라 할 수 있다. 즉, 만화박물관의 운영주체들이 온라인을 통해서 제공하고자 하는 콘텐츠의 성격을 비교하기에 적합하다. 두 번째 차원에서의 연구는 만화박물관의 콘텐츠의 일관성을 보는 방식이라고 할 수 있다. 즉, 오프라인 만화박물관의 콘텐츠가 온라인 콘텐츠와의 비교를 통해 오프라인 만화박물관의 방향성을 온라인을 통해 확인할 수 있다.

각각의 연구형태는 단점을 내포하고 있다기보다는 연구의 목적에 따라 선택할 수 있는 것이면서, 두 유형의 연구가 모두 진행될 때 만화박물관의 성격과 특성을 보다 명확하게 할 수 있다고 본다. 연구자는 우리나라 만화박물관에 대한 다양한 접근을 시도하고자 두 가지 유형의 연구를 모두 시행할 예정이고, 본 연구는

이러한 차원에서 첫 번째 유형의 연구에 우선 집중하고자 한다.

### 3. 분석 대상: 부천의 한국만화박물관과 교토의 교토국제망가뮤지엄

위의 목적을 고찰해 보기 위한 분석대상으로 본 연구는 두 곳의 만화박물관을 비교하고자 선정하였다. 하나는 부천에 위치한 한국만화박물관이고, 다른 하나는 일본 교토에 위치한 교토국제망가뮤지엄이다. 경기도 부천에 소재한 한국만화박물관은 한국만화영상진흥원에 의해 운영되는 기관이다. 한국만화영상진흥원의 전신이라고 할 수 있는 부천만화정보센터가 1998년 말에 설립된 이후 2000년에 도서관 개념의 만화정보관이 세워 운영되어 오다가 2001년 10월에 현재의 한국만화박물관과 같은 모습으로 시작된 것이다. 일본 교토에 위치한 교토국제망가뮤지엄(京都国際マンガミュージアム)은 2003년 4월에 교토세이카대학측으로부터 박물관 건립에 대한 제의가 나와 그해 12월에 교토시와의 합의가 이루어졌고 이후 2006년 11월에 정식개관을 하게 된 곳이다.<sup>3)</sup>

이 두 박물관을 선정한 데에는 다음과 같은 기준에 근거하고 있다. 첫째는 같은 아시아권에 속한 국가에 있으면서 그 중에서 두 국가가 인접해있다는 점이다. 이미 오랜 만화산업의 역사를 가지고 있으면 영향이 많이 나타난 지역이기 때문이다. 둘째는 두 박물관이 비슷한 시기에 설립되었다는 점 때문이다. 부천의 한국만화박물관은 2001년에 교토의 국제망가뮤지엄은 2006년에 설립되었다. 둘 다 21세기에 들어 설립되었기 때문에 두 박물관을 비슷한 입장에서 고찰해 볼 수 있기 때문이다. 세 번째로는 두 박물관의 설립과 운영에 기여하고 있는 단체는 공공기관 혹은 교육기관에 의해 이루어지고 있다는 점 때문이다.<sup>4)5)6)</sup> 박물관의 공공재

---

3) 일본은 이곳 이외에도 공공차원에서 운영되는 만화박물관이 몇 군데 더 있다. 히로시마망가도서관이나 기타큐우슈우망가뮤지엄 등이 있다. 그러나 히로시마의 경우 기존의 시립운영 도서관을 1999년 새롭게 개장하는 과정에서 만화로 특화한 것으로서 초기 목적이 만화가 아니었고, 기타큐우슈우의 경우에는 2012년에 개장해서 다른 곳보다 상대적으로 최근에 만들어진 곳이기 때문에 대상에서 제외되었다.

적 성격을 강조할 수 있는 이러한 단체에 의해서 운영되고 있다는 점이 이 두 박물관의 비교에 있어 적당할 수 있다고 보기 때문이다.<sup>7)</sup>

## II. 만화박물관의 정의 및 박물관 관련 연구에 따른 특성

### 1. 박물관과 만화박물관의 개념

일반적으로 박물관이란 다양한 분야의 자료를 수집하고 전시하여 교육적 역할에 이바지하는 기관으로서<sup>8)</sup> 공공적 성격을 가지고 있는 기관으로 그 기능을 살펴보면 다음과 같다.<sup>9)</sup> 첫째는 수집·보존 기능으로서 자연 상태에서 파손, 인멸, 멸실 등으로부터 항구적 존속이 가능하도록 한다는 것이다. 둘째는 연구 기능으로서 모아진 자료를 조사, 연구하는 것이다. 셋째는 전시 기능으로서 단순한 나열이 아닌 자료의 가치를 최대한 드러낼 수 있도록 공간을 구성해야 한다는 것이다. 또한 관람객과의 직접적 관계를 형성하도록 유도하는 것이 중요하다. 넷째는 교육 기능으로서 수

4) 한국만화박물관의 경우에는 한국만화영상진흥원이 운영주체로 되어 있고, 교토의 국제망가뮤지엄은 교토시와 교토세이카대학(京都精華大学)이 공동운영하는 형태로 되어 있다.

5) 서울시는 2013년 12월경에 현 애니메이션센터 인근지역에 만화박물관을 설립할 것이라는 발표를 했다. 서울에 만화박물관이 들어서게 되면 한국에는 2개의 만화박물관이 존재하게 된다.

[http://news.khan.co.kr/kh\\_news/khan\\_art\\_view.html?artid=201301290000075&code=950201](http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201301290000075&code=950201)

6) 대학 차원에서 만화박물관을 운영하는 곳도 있다. 예를 들어 청강문화산업대학의 경우 “만화역사박물관”이라는 명칭으로 교내 부속기관으로 운영하고 있으나 웹사이트(<http://www.ck.ac.kr/aux-org/cul-center/comics-museum>)를 통한 콘텐츠 제공 공간으로서의 역할은 하지 않고 오프라인 박물관에 대한 소개 정도에 그치고 있다.

7) 미국의 경우에는 우리나라나 일본과 같은 공공적 성격의 기관에 의해 설립, 운영되는 만화박물관은 없다고 볼 수 있다. 샌프란시스코에 위치하고 있는 Cartoon Art Museum이라는 곳은 1984년부터 활동을 시작해 1987년에 현재와 같은 시설을 갖추게 된 곳으로서 민간차원에서 만들어진 곳이라고 할 수 있다.

8) <http://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%B0%95%EB%AC%BC%EA%B4%80>

9) [http://www.dongsanmuseum.org/bbs/board.php?bo\\_table=bbs05&wr\\_id=8](http://www.dongsanmuseum.org/bbs/board.php?bo_table=bbs05&wr_id=8)에 제시된 내용을 정리.

집·보존 중인 자료를 통해 평생 교육기관으로서의 역할을 한다는 것이다.

이와 같은 기능을 가지고 있는 박물관은 성격과 형식에 따라 아래와 같이 구분되는데<sup>10)</sup> 첫째는 인문계와 자연계 박물관, 둘째는 종합과 전문 박물관, 셋째는 설립주체에 따른 국립, 공립, 사립, 대학박물관, 그리고 넷째로 전시의 공간성에 따라 옥내전시, 옥외전시, 야외박물관 등이 있다.

한편 만화박물관은 일반적으로 “만화에 관한 자료를 수집·보존·진열하고 일반에게 전시하여 학술 연구와 사회 교육에 이바지할 목적으로 만든 시설”이라고 정의되어 있고<sup>11)</sup> 부친 한국만화박물관에 대한 역할 모델에 초점을 맞춘 연구에서는 만화박물관의 역할을 매개활동(meditation)이라는 개념과 프로그램 개발 센터라는 것으로 정리하면서 만화박물관은 전시 및 컬렉션, 교육 및 정보, 그리고 마케팅 및 조직의 체계화가 필요하다고 보고 있다.<sup>12)</sup> 즉 만화박물관은 박물관에 대한 일반적 정의와 유사하게 이루어지고 있는 기관으로서, 인문계박물관이자 전문공립박물관으로서 옥내전시박물관유형이라고 정리할 수 있다.

다시 말해서 만화박물관은 만화 분야의 자료를 수집·보존·전시하고, 수집된 만화관련 자료를 기반으로 전문적 학술 연구가 다양한 관점에서 지속적으로 이루어지면서 동시에 일반인을 대상으로 하는 자료적 가치를 극대화하는 전시관련 행사와 만화를 알리거나 혹은 만화를 활용한 교육을 꾸준히 제공하는 기능을 수행하고 있는 기관이어야 한다는 것이다.

이런 만화박물관에 대한 규정은 온라인 만화박물관의 활성화를 통해 더 명확하게 제시될 수 있게 되었다. 박물관에 대한 소개가 웹사이트를 통해 제시됨으로서 오프라인 박물관 이용자의 접근과 이용을 더욱 용이하게 이끌어 준 것으로 평가되기 때문이다.

---

10) [http://www.dongsanmuseum.org/bbs/board.php?bo\\_table=bbs05&wr\\_id=17](http://www.dongsanmuseum.org/bbs/board.php?bo_table=bbs05&wr_id=17)

11) <http://terms.naver.com/entry.nhn?cid=3414&docId=1648050&categoryId=3414>

12) 박신의, 「만화 창작 진흥을 위한 부천시 한국만화박물관의 역할 모델 연구」, 『만화에니메이션연구』, 통권제13호(2008.4), p.21.

## 2. 공공기관 웹사이트 분석 관련 선행연구

웹사이트에 대한 연구는 여러 각도에서 시도되는데 사용자분석, 기술적 특성 분석, 디자인적 측면 분석, 그리고 내용구성에 관한 분석 등이 그 예라고 할 수 있다.

한편 박물관, 미술관, 도서관 등과 같은 공공적 성격의 기관 웹사이트에 대한 연구는 국내에서는 2000년대부터 뚜렷하게 나타나기 시작했다. 이러한 특수목적성 공공기관 웹사이트에 대한 실질적 분석 연구 중에서 초기에 이루어졌으며 이러한 연구의 방향 설정에 많은 영향을 준 것으로 보이는 연구는 조찬식의 서울시 공공도서관 웹사이트 분석<sup>13)</sup>이다. 1990년대 후반부터 웹사이트 분석에 관한 해외 연구를 참고하면서 설계기준과 정보내용이라는 대항목을 각각 9개 항목과 8개 항목이라는 세부항목으로 분석했다는 점에서 큰 의미를 가진다.<sup>14)</sup> 조찬식의 연구 이전에 이미 고영만, 오삼균<sup>15)</sup>, 김진희<sup>16)</sup>, 성기주, 윤소정<sup>17)</sup>, 이란주, 윤소정<sup>18)</sup> 등이 공공도서관의 웹사이트 구축과 서비스 방안을 연구했다는 점도 같은 맥락에서 의미를 가지고 있다. 이러한 점은 공공기관으로서 일반인의 접근이 가장 많을 것으로 예상되는 곳이 공공도서관이라는 점, 그리고 현재와 같은 비주얼 방식의 프로그램이 동원되어야 하는 박물관보다는 자료정보검색 서비스의 장소로서 빠른 시일 내에 웹페이지의 구축이 용이하게 이루어진다는 점

13) 조찬식, 「서울시 공공도서관의 웹페이지 콘텐츠 분석」, 『한국비블리아』, 제12권제2호(2001.12), pp.105-124.

14) 이 논문에서 제시한 설계기준 항목은 이용자 양방향 대화 기능, 외국어 버전, 길잡이 표시 기능, 멀티미디어 기능, 최신성, 화면 이동 기능, 준비중인 페이지 여부, 속도, 도움말이나 이용안내라는 9개 항목이고, 정보내용은 도서관 이용 정보, 자료검색, 지역정보, 문화/교양, 참고질의, 신착도서, 추천 사이트, 도서관 뉴스라는 8개 항목이다.

15) 고영만, 오삼균, 「인터넷공공도서관 구축모형 연구」, 『정보관리학회지』, 제16권제4호(1999.12), pp.109-123.

16) 김진희, 「공공도서관 홈페이지에 관한 연구」, 『도서관연구』, 통권16권(1999.12), pp.77-90.

17) 성기주, 윤소정, 1999, 「공공도서관의 웹목록 서비스에 관한 연구」, 『한국문헌정보학회지』, 제33권제3호(1999.3), pp.23-44.

18) 이란주, 윤소정, 「도서관 홈페이지 설계에 관한 연구 -- 인터페이스와 정보자료구성을 중심으로」, 『한국문헌정보학회지』, 제32권제4호(1998.12), pp.141-157.

이 연구를 촉진시켜주었던 것으로 보인다.

이런 기관들 분석에서 이루어진 형태 중에 주로 보이는 것은 웹사이트의 구성요소에 따른 콘텐츠 분석이라고 할 수 있다. 장로사, 김성희<sup>19)</sup>의 어린이 도서관 웹사이트 콘텐츠 분석은 이런 기준에 따라 약 30여개의 어린이 도서관을 비교/분석하였고, 김미연, 박찬훈, 최진원<sup>20)</sup>의 연구와 주세강<sup>21)</sup>의 연구는 새로운 사이트 구축을 위한 기존 사이트에 대한 구성요소 분석이라는 점에서는 유사한 모습을 보이고 있다. 그러나 김미연 외의 연구는 다양하고도 많은 사이트의 분석에 초점이 맞춰져 있고, 콘텐츠 중에서도 가상 콘텐츠의 제공과 관련된 목적으로 가지고 진행시킨다는 점에서는 다르다고 할 수 있다. 김성희, 남재우<sup>22)</sup>는 도서관 모바일 웹사이트에 대한 분석을 정보의 구조화, 내비게이션 체계의 설계, 레이블링 체계의 설계라는 항목에 따라 분석하였는데, 이는 장로사, 김성희의 연구방법과 비슷한 체계에서 분석한 것으로 볼 수 있다. 위의 기존 연구들은 콘텐츠 분석 연구라고 할 수 있는 것들이지만, 웹사이트의 내용구조를 본다는 차원에서 콘텐츠라는 유형 외에 사이트의 디자인 등을 분석 유형에 포함시키는 경향도 보이고 있다.

내용 자체에 초점을 맞추는 점에 유사성이 더 큰 연구는 다음과 같은 것들이 있다. 남영준, 장로사<sup>23)</sup>의 법학전문도서관 분석과 노동조, 김정아<sup>24)</sup>의 의학도서관 사이트 분석은 전국 대학 중 법학 도서관과 의학 도서관을 가진 대학의 해당 도서관 사이트에

---

19) 장로사, 김성희, 「어린이 도서관 웹사이트 콘텐츠 비교·분석」, 『한국도서관·정보학회지』, 제37권제4호(2006.12), pp.463-482.

20) 김미연, 박찬훈, 최진원, 「건설문화박물관의 웹사이트 구축을 위한 콘텐츠 서비스방안에 관한 연구」, 『대한건축학회논문집: 계획계』, 제24권제1호(통권 231호, 2008.1), pp.19-27.

21) 주세강, 「경북대학교 자연사박물관 웹사이트 개발 연구」, 경북대학교 대학원 석사학위논문(2011.2).

22) 김성희, 남재우, 「도서관 모바일 웹사이트의 인포메이션 아키텍처에 관한 연구」, 『정보관리연구』, 제42권제1호(2011.1), pp.1-23.

23) 남영준, 장로사, 「법학전문도서관 웹사이트의 콘텐츠분석」, 『정보관리연구』, 제41권제1호(2010.1), pp.69-95.

24) 노동조, 김정아, 「의학도서관 웹사이트의 콘텐츠 분석에 관한 연구」, 『한국비블리아』, 제21권제3호(2010.9), pp.45-56.



서 제시하는 콘텐츠 항목에 대한 분석을 통해 전체적으로 어떤 유형의 콘텐츠가 제공되는지를 비교하고 있다. 김진아의 논문 또한 연구 대상이 콘텐츠에 초점을 맞추고 있다는 점에서, 그리고 박물관과 비슷한 대상이 될 수 있는 미술관이라는 점에서 본 논문과 유사성을 가질 수 있다.

그러나 위의 연구들 대부분은 각각의 사이트들이 가지고 있는 모든 메뉴를 제시하면서 이의 분류를 위한 항목이 10개 이상으로 세분화하고 있기 때문에 콘텐츠가 지향하는 목적성을 파악하기에는 적합하지 않다고 볼 수 있다. 하지만, 남영준, 장로사의 연구와 김진아의 연구는 분석을 위한 항목 요소를 조금 더 크게 분류하고 있다. 남영준, 장로사는 7개의 항목으로 조금 더 단순화시켰고, 김진아의 경우에도 <표 1>에서 나타난 것처럼 미술과 직접적으로 연결되면서 동시에 미술관 웹사이트로서 제시해야 하는 콘텐츠의 항목이라는 점을 정리, 제시했다. 물론 이는 웹사이트의 내비게이션의 상위항목요소로서의 항목을 도출했다는 것이기는 하지만, 특정 목적의 공공기관적 성격을 가진 웹사이트의 콘텐츠 분석에서 그 분야 콘텐츠는 어떤 것이어야 한다는 것을 보여준 점에서 의미가 있다.

기존 연구를 통해 제시된 콘텐츠 상위 항목 요소	김진아가 제시한 상위 항목 요소
<ul style="list-style-type: none"> <li>-미술관소개/방문정보</li> <li>-전시</li> <li>-검색</li> <li>-소장품</li> <li>-교육</li> <li>-뉴스/행사</li> <li>-도서목록/전문자료/교육자료</li> <li>-자유계시관</li> <li>-온라인상점</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-미술관 안내</li> <li>-전시</li> <li>-검색</li> <li>-소장품</li> <li>-교육 프로그램 및 행사</li> <li>-출판물 및 자원</li> <li>-링크</li> <li>-게시판</li> <li>-온라인상점</li> </ul>

표 1. 미술관 웹사이트 평가 목적의 상위 항목 요소<sup>25)</sup>

25) 김진아, 앞의 논문, 2005, p.18, p.19.

### 3. 연구 분석 형식

위의 연구들처럼 콘텐츠에 집중한 분석 사례를 보면 일반적으로 활용되는 분석체계의 유형이 연구자에 따라 임의적으로 설정된다. 따라서 본 연구는 기존의 연구들에서 제시된 연구방법을 참고로 본 연구가 목적하고 있는 만화라는 장르에 대한 관련 콘텐츠 제공의 정도와 범위 분석을 위해 다음과 같은 기준에 따라 분석하고자 한다. 이는 크게 세 유형으로 구분된다. 첫째는 홍보형 콘텐츠, 둘째는 전문정보형 콘텐츠, 셋째는 체험/전시형 콘텐츠이다. 홍보형 콘텐츠는 만화박물관 자체에 관한 콘텐츠로서 오프라인 박물관의 역할과 기능에 대한 정보이고, 전문정보형 콘텐츠는 만화책, 만화관련연구, 만화관련사이트링크와 같은 박물관이 제공하는 만화 정보의 전문성을 의미하고, 체험/전시형 콘텐츠는 만화관련 이벤트나 전시에 대한 정보를 의미한다.

이러한 분석 유목은 두 가지 기준에 의해 설정되었다. 하나는 김진아의 연구가 제시한 여덟 가지 유형을 그 성격에 따라 세 가지로 재분류했다. 남영준, 장로사의 연구도 유목 설정의 기준으로 볼 수 있다. 그러나 도서관이라는 특성 때문에 유목이 전문정보형 콘텐츠에만 집중되어 있다. 반면 김진아의 유목은 미술관을 대상으로 한 것이어서 본 연구와 더 가깝다고 할 수 있다. 즉, 미술관 안내는 홍보형 콘텐츠에, 전시, 검색, 소장품과 링크는 전문정보형 콘텐츠, 교육 프로그램 및 행사와 게시판 등은 체험/전시형 콘텐츠로 분류할 수 있다. 그리고 다른 하나는 이렇게 세 가지로 재분류한 유목에 따라 외부인을 통해 일종의 사전조사(pilot study)를 시행했다. 두 만화박물관의 메뉴를 분류시켜 본 결과 어느 정도 적합한 것으로 나타났다.

이와 같은 세 유형은 모두 만화와 직간접적으로 연관되는 것들로서 연구대상이 되는 두 만화박물관들은 이러한 유형의 콘텐츠 제공이 온라인상에서 어느 정도 이루어지고 있는지, 그리고 각각 어떤 점에서 특징을 보여주고 있는지를 고찰해보고자 한다.

### III. 박물관 사이트 콘텐츠 분석

## 1. 한국만화박물관과 교토국제망가뮤지엄의 기본 현황과 특성

아래 <표 2>부터 <표 4>는 한국만화박물관과 교토국제망가뮤지엄의 메뉴구성과 해당 웹사이트 페이지수를 보여주고 있으며 여기에서 나타나는 특성은 다음과 같이 정리될 수 있다.

첫째는 두 박물관의 양적 수준이다. 두 박물관 웹사이트 초기 화면에 제시된 기본 콘텐츠 구성인 상위메뉴를 살펴보면 <표 2>와 같다.<sup>26)</sup> 한국만화박물관이 6개의 상위메뉴로 구성되어 있으며 총 113 페이지를 제공한다. 이 중에서 고객센터에 해당하는 페이지 비율이 65.5%로 가장 많은 비중을 차지하고 있다. 반면, 교토국제망가뮤지엄은 5개의 상위메뉴를 가지고 있으며 총 94 페이지를 제공하고 있다. 이 중에서 4개 국어로 된 외국어 페이지가 53.2%로 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 페이지의 수만을 놓고 본다면 두 박물관 모두 자국민을 대상으로 하는 자국어로 된 제공 콘텐츠 페이지보다 기타 구성요소에 해당될 수 있는 ‘고객센터’와 ‘외국어 페이지’가 가장 높은 것으로 나타나고 있다. 그러나 양 박물관이 자국민을 대상으로 직접 제작한 콘텐츠를 제공하는 페이지로 제한하게 된다면 한국만화박물관은 ‘고객의 소리’와 ‘관람후기/사진자랑 게시판’이 제외가 되어 총 53페이지, 그리고 교토국제망가뮤지엄의 경우에는 “외국어 버전” 항목이 제외되어 총 44페이지가 된다.

다음으로는 페이지 메뉴구성순서와 메뉴항목 수이다. 두 박물관은 제시하고 있는 항목의 순서가 달랐다. 한국만화박물관의 경우 ‘박물관 소개’와 ‘관람 안내’가 먼저 제시되는 항목인 반면에, 교토국제망가뮤지엄의 경우에는 같은 성격의 항목인 ‘이용 안내’와 ‘박물관 소개’가 한국만화박물관과는 정반대로 ‘소장자료’와 ‘전시/이벤트’라는 항목 다음으로 제시되고 있다. 구성순서만으로 본다면, 한국만화박물관이 박물관 자체에 대한 소개를 더 우선시하고 있다면, 교토국제망가뮤지엄은 소장자료에 대한 소개에 더 무게를 두고 있는 것처럼 보이는 것이다.

---

26) 괄호 안의 숫자는 각 해당 메뉴의 페이지수를 의미한다

사이트	전체 페이지	콘텐츠 구성현황(상위메뉴)	
한국만화 박물관	113	박물관 소개	13 (11.5%)
		관람 안내	15 (13.3%)
		전시	7 (6.2%)
		교육	4 (3.5%)
		고객 센터	74 (65.5%)
		단체관람예약	-
교토국제망가 뮤지엄	94	소장자료	3 (3.2%)
		전시/이벤트	24 (25.5%)
		이용안내	7 (7.4%)
		박물관 소개	10 (10.6%)
		(외국어페이지)	50 (53.2%)

표 2. 한국만화박물관, 교토국제망가뮤지엄

메인메뉴	페이지수	콘텐츠 구성현황(하위메뉴)	
박물관 소개	13	인사말	1 (0.9%)
		설립취지	1 (0.9%)
		주요시설안내	9 (8.0%)
		직원 & 연락처	1 (0.9%)
		오시는 길	1 (0.9%)
관람 안내	15	관람 안내	1 (0.9%)
		단체관람 예약	1 (0.9%)
		예약확인 및 취소	1 (0.9%)
		상영작 안내	11 (9.7%)
		한국만화박물관 여행 tip	1 (0.9%)
전시	7	상설전시	1 (0.9%)
		기획전시	6 (5.3%)
교육	4	상설체험교육	1 (0.9%)
		「만화상상놀이터」 아카데미	3 (2.7%)
고객센터	74	공지사항	13 (11.5%)
		자주하는 질문	1 (0.9%)
		고객의 소리	56 (50.0%)
		관람후기/사진자랑 게시판	4 (3.5%)
단체관람예약 <sup>27)</sup>	-	-	
합계		113페이지	

표 3. 한국만화박물관의 메인 메뉴 내 하위 콘텐츠

27) 카테고리가 Top 페이지에 별도로 제시되어 있지만 연결 페이지는 관람 안내 메뉴의 단체관람 예약 페이지이므로 여기에서는 페이지 수 카운트를 제외함.

메인메뉴	페이지수	하위메뉴	
소장자료	3	연구열람실	1 (1.1%)
		이용가이드	1 (1.1%)
		망가의 벽	1 (1.1%)
전시/이벤트	24	개최카렌다	7 <sup>28)</sup> (7.4%)
		상설전시/이벤트	8 (8.5%)
		과거의 개최안내	9 (0.6%)
이용안내	7	이용안내	1 (1.1%)
		교통안내	1 (1.1%)
		연간패스포트	1 (1.1%)
		개관스케줄	1 (1.1%)
		카페	1 (1.1%)
		샵	1 (1.1%)
		FAQ	1 (1.1%)
박물관 소개	10	박물관에 대해	7 (7.4%)
		관장인사말	1 (1.1%)
		마뎀(마스코트)	1 (1.1%)
		龍池小学校에 대해	1 (1.1%)
(외국어 버전)	50	영어	41 (43.6%)
		프랑스어	3 (3.2%)
		한국어	3 (3.2%)
		중국어	3 (3.2%)
합계		94 페이지	

표 4. 교토국제망가뮤지엄의 메인 메뉴 내 하위 콘텐츠

<표 3>과 <표 4>는 각 박물관의 하위 메뉴에 속해 있는 콘텐츠의 구성현황을 보여주고 있다. 한국만화박물관의 경우에는 총 18개의 항목으로 구성되어 있다. ‘박물관 소개’가 5개, ‘관람안내’가 5개, ‘전시’가 2개, ‘교육’이 2개, ‘고객센터’가 4개의 하위메뉴를 가지고 있는 것으로 나타나고 있다. 교토국제망가뮤지엄의 경우에는 총 21개의 항목으로 되어 있으며, ‘소장자료’가 3개, ‘전시/이벤트’가 3개, ‘이용안내’가 7개, ‘박물관 소개’가 4개, 그리고 외국어 버전이 영어, 프랑스어,

28) 달력 형식의 기간 표시는 한 페이지이지만, 박물관에서 강조하는 전시의 경우 독자적인 페이지로 들어갈 수 있는 배너식의 링크가 총 6개 페이지로 따로 있어서 각각 한 페이지로 측정했음.

한국어, 중국어라는 4개로 구성되어 있다.

이처럼 구성페이지 숫자와 구성 메뉴의 숫자만을 놓고 살펴본다면 두 박물관 모두 비슷한 페이지 수(113페이지와 94페이지)와 비슷한 구성메뉴 수 (6개의 상위메뉴와 18개의 하위메뉴 대 5개의 상위메뉴와 21개의 하위메뉴)로서 양적 차원에서는 거의 차이가 없다. 단지 상위메뉴의 제시 순서의 차이로 인해 각각의 비중이 약간 차이가 있다는 정도이다.

다음으로는 각 박물관이 양적으로 가장 많은 수치를 보여주는 부분에 대한 것으로서 한국만화박물관은 ‘고객의 소리’ 이고, 교토국제망가뮤지엄은 영어 버전의 사이트이다. ‘고객의 소리’ 사이트는 박물관 방문 여부에 관계없이 박물관에 대해 사이트 방문자가 질문을 남기고 답변을 얻는 곳이다. 2009년 하반기부터 기록된 것들이 계속 남겨져서 2014년 1월 26일까지 총 830개의 기록됨으로서 연평균 약 188개의 문의와 답변이 이루어진 셈이다. 연평균 방문객에 대한 기록이 없기 때문에 이러한 수치가 많은지 적은지를 판단할 수는 없고, 2009년 9월부터 기록이 시작된 이유 또한 판단하기는 어렵다. 그러나 의견이 게재되었을 때 일반적으로 다음날 답변을 올리는 신속한 처리를 함으로서 사이트 방문객과의 상호작용을 한다는 점에서는 의미가 있다. 한편, 교토국제망가뮤지엄은 한국만화박물관과는 달리 외국어 버전으로 된 사이트를 제공하고 있다. 그러나 외국어 버전이라고 하더라도 영어 버전과 다른 외국어인 프랑스어, 한국어, 중국어 버전과는 차이를 보이고 있다. 프랑스어, 한국어, 중국어 버전은 주로 뮤지엄 이용방법이라는 동일한 내용을 아무런 링크도 없이 3 페이지만 제공되고 있는 반면에 영어 버전은 자국어인 일본어 버전과 거의 동일한 내용을, 비슷한 양의 페이지를 통해 제공하고 있다.

## 2. 콘텐츠 유형별 특징

웹페이지에 대한 양적 수치를 통해 나타나는 특징을 위에서 살펴본다면, 이 부분에서는 제공되는 콘텐츠의 유형을 통해 나타나는 특징을 살펴보는 질적 분석을 한다. 여기에서는 홍보형 콘

텐츠, 전문정보형 콘텐츠, 그리고 체험/전시형 콘텐츠라는 세 가지 유형에 따라 제시된다.

### 1) 홍보형 콘텐츠

홍보형 콘텐츠란 만화박물관 자체에 대한 콘텐츠를 말한다. 박물관의 조직과 운영, 연혁과 사업기획 등 박물관의 역할과 기능 등에 관한 전문적인 사항이 이에 해당된다. 만화박물관은 만화라는 특정 분야에 초점을 맞춘 일종의 전문 박물관이기 때문에 성격과 역할의 범위에 대한 명확한 제시가 필요하다.

첫째, 박물관의 역할 혹은 기능에 대한 부분이다. 교토국제망가뮤지엄이 명확한 정리가 제시된 것에 반해 부천한국만화박물관은 이에 대한 언급이 없다. 교토의 경우에는 ‘자료 조사/연구’, ‘박물관/도서관 전개’, ‘연구자/전문가 육성’, ‘신산업 창출’, ‘생애학습/문화창조’라는 개념으로 그 역할을 명확하게 제시하고 있다. 부천의 경우에는 교토와 같은 역할 명시는 별도로 존재하지 않고 인사말이라는 부분에서 박물관의 역할로 볼 수 있는 내용이 제시되고 있으며, 설립취지라는 부분에서도 역할 혹은 기능이라고 볼 수 있는 내용이 있다고 할 수 있으나, 이 또한 교토에 비하면 상대적으로 부족하다.

둘째, 박물관의 연혁에 관한 부분이다. 박물관이 어떤 과정으로 현재에 이르게 되었는지를 시간흐름순서를 통해 제시하는 형태라고 할 수 있는데 이에 대해서는 두 박물관의 차이가 뚜렷하게 나타나고 있다. 부천의 경우 만화박물관에 대한 연혁 자체가 존재하지 않고 있다. 만화박물관의 운영주체가 되는 한국만화영상진흥원의 연혁에 보면 만화박물관에 해당되는 내용이 제시되고는 있지만 별도로 제시되는 것은 아니다. 반면 교토의 경우에는 2003년 박물관설립 구상단계 시기부터 박물관 자체의 역사를 보여주는 연혁이 제시되고 있다.

셋째, 박물관의 운영을 살펴볼 수 있는 조직의 경우에도 두 박물관의 큰 차이가 있다. 교토의 경우 박물관 운영진이나 운영조직을 확인해볼 수 있는 자료가 없는 반면에 부천의 경우 박물관

운영팀의 구성원까지 알 수 있을 정보가 제공되고 있다. 박물관 운영팀의 역할과 해당 실무 담당자 등 상세하게 제시되고 있다. 그러나 사이트 내에 제시되고 있는 조직도는 만화박물관의 조직도가 아닌 만화박물관 운영주체인 한국만화영상진흥원의 조직도가 제시되고 있다.

넷째로는 시설현황과 경영현황이다. 시설현황의 경우 두 박물관 모두 자세한 콘텐츠를 제공하고 있다. 부천의 경우 성격이 다른 각 시설(전시관)에 따라 구분해서 제시하고 있는데 반해, 교토의 경우 층별로 소개하고 있으며, 각 층에 대한 이미지도 제공하고 있다. 그러나 두 박물관 모두 경영현황을 파악할 수 있는 정보는 제공하지 않고 있다. 즉, 정확한 운영주체, 재원의 출처, 연간 예산 규모, 전체 수입 및 지출과 같은 재무제표, 이용객 현황 등 박물관의 운영 상태를 살펴볼 수 있는 콘텐츠는 아예 제공되지 않고 있다.

## 2) 전문정보형 콘텐츠

전문정보형 콘텐츠는 만화 자체에 집중된 정보를 말하는 것이다. 여기에서는 박물관 웹사이트로서 만화 관련 정보 제공 정도와 제공 유형을 확인해볼 필요가 있다. 이 부분의 제공 콘텐츠의 범위와 양을 통해서 박물관 웹사이트의 전문성을 가늠해볼 수 있다고 할 수 있는데 크게 네 가지로 나누어 볼 수 있다.

첫째는 소장 자료에 대한 콘텐츠이다. 일반적으로 박물관이나 미술관과 같은 기관의 웹사이트는 소장 자료의 검색 서비스를 제공하고 있고, 이를 통해 충분한 정보수집이 가능하게 해주고 있다. 만화박물관 역시 만화라는 특정 분야에 대한 정보를 자세하면서도 많이 제공하는 것이 만화박물관으로서의 역할이기 때문에 소장 자료에 대한 접근을 쉽게 하는 것은 매우 중요한 부분이다.

한국만화박물관의 경우에는 이원화된 형식으로 콘텐츠를 제공한다. 하나는 소장 자료 검색형 서비스이고, 다른 하나는 포털형 검색 서비스이다. 두 서비스 모두 별도의 창에서 열리는 것으로서 소장 자료 검색형 서비스는 한국만화도서관<sup>29)</sup>이라는 이름으로



별도로 제공되고 있다. 이 사이트를 통해 한국만화박물관이 소장하고 있는 자료를 검색할 수 있게 해놓았고, 검색결과로는 소장 자료에 대한 기본 정보(저자, 출판사, 발행연도)와 소장정보(청구번호, 자료 위치)가 제공되도록 해놓았다.

포털형 검색 서비스 또한 한국만화영상진흥원에서 별도로 운영하는 디지털만화규장각<sup>30)</sup>이라는 사이트에서 제공되고 있다. 이곳은 검색의 범위가 만화박물관 내 소장 자료에 국한되는 것이 아니라 만화와 애니메이션 전반에 관련된 정보를 제공하려는 목적을 가지고 있다. 이러한 검색적 기능 외에 미디어 플랫폼적 기능을 하는 메뉴도 제시되고 있다. 전자출판산업의 기능을 활용한 것으로서 ‘스마트펍’이라는 메뉴를 통해서 직접적 만화관람이 가능하도록 하고 있다.

교토국제망가뮤지엄은 사이트 내 ‘소장자료검색’이라는 별도의 창<sup>31)</sup>에서 소장 자료에 대한 정보 검색 및 제공에 초점을 맞추고 있다. 검색방식을 키워드, 연대, 저자라는 세 가지 방식으로 제공하고 있으며, 영어로 검색이 가능하도록 해놓았다는 것이 특징이다. 영어 검색도 똑같은 창에서 똑같은 디자인으로 이루어진 브라우저에서 이루어지는 일관성도 유지하고 있다. 또한 소장 자료에 대한 블로그 링크가 안에 있고, 사적 가치가 있는 일본 만화 잡지의 갤러리도 제공되고 있다. 영어 검색창에서는 블로그 링크는 제공되지 않고 있지만 소장자료 블로그 사이트 안에서는 영어 콘텐츠 항목이 있다는 것은 구성상의 문제로 볼 수 있다.

둘째, 만화 관련 연구에서는 두 박물관의 차이가 나타나고 있다. 두 박물관 모두 만화 연구와 직접적 관련이 있는 콘텐츠를 제공하지 않는다. 한국만화박물관은 사이트 내에서 만화 연구와 관련된 페이지가 없으며 박물관 자체가 만화 관련 연구 기능을 하지 않는 것으로 보이게 하고 있다. 교토국제망가뮤지엄의 경우에는 약간 다르다. 만화 연구 관련 콘텐츠가 없다는 점에서는

---

29) <http://www.comicslib.org/k>

30) <http://www.kcomics.net/>

31) [http://mmsearch.kyotomm.jp/index\\_j.html](http://mmsearch.kyotomm.jp/index_j.html)

동일하지만 만화 연구가 진행되고 있다는 모습은 보여주고 있다. 단지 박물관 내에서 진행되는 것이 아닌 박물관 설립 및 운영에 관여하고 있는 교토 세이카 대학에 의해 진행되는 것이기 때문에 링크만 제시하고 있다. 교토 세이카 대학 국제 망가 연구 센터(IMRC: International Manga Research Center)<sup>32)</sup>는 박물관 소개 항목 쪽에 “京都精華大学「国際マンガ研究センター」について”라는 이름으로 별도로 제시되고 있다. 해당 링크 사이트는 일본어와 영어의 두 가지 버전으로 제공되지만 한 페이지에 같이 제공하고 있다. 만화 관련 연구자들이 일본인에 국한되지 않을 것이라는 점을 고려한 것으로 볼 수 있다. 이 사이트에서는 연구원 소개를 포함해 전람회, 강연회, 워크숍 등 세이카 대학에 의해 진행된 프로그램들을 소개하고 있다. IMRC가 가지고 있는 특징 중에서 살펴봐야 하는 것이 두 가지 있다. 첫째는 소녀만화(순정만화)의 원화를 보존하는 작업을 하고 있다는 점과, 둘째 싱크탱크 사업 운영을 통해 만화 관련 기업/정부에 대한 컨설팅, 만화 관련 이벤트 기획 및 운영, 만화를 활용한 교육법에 대한 컨설팅 등 연구조사보고서 작성과 같은 단순 연구 조사에 머물지 않고 다양한 사업을 진행시키고 있음을 보여주고 있다. 그러나 IMRC가 만들어낸 결과물들이 사이트를 통해서 공개되지는 않고 있다.

셋째, 만화 관련 소식 전달에 관한 부분에서는 두 박물관 모두 직접 제공하지는 않고 있다. 뉴스레터와 같은 방식으로 제공할 것으로 예상할 수 있었던 콘텐츠를 두 박물관 모두 제공하지는 않고 있다. 그러나 이런 역할을 각각 다른 방식으로 제공하고 있다. 한국만화박물관은 디지털만화규장각에서 ‘매거진’이라는 항목을 통해 관련 소식을 전달하고 있다. 회원서비스를 받는 이용자들은 뉴스레터를 직접 받아볼 수 있고, 비회원일 경우에는 매거진에서 제공하는 관련 소식을 볼 수 있다. 반면 교토국제망가뮤지엄은 별도로 운영하는 블로그<sup>33)</sup>에서 뮤지엄 자체에 관련된 업데이트 정보를 제공하고 있지만, 만화 분야 전체에 대한 업데

---

32) <http://imrc.jp/>

33) <http://d.hatena.ne.jp/kyotomm/>

이트 콘텐츠는 제공하지 않고 있다.

네 번째로는 만화 관련 사이트 링크의 제공 부분이다. 관련 링크는 내부 링크와 외부 링크로 구분해서 볼 수 있다. 내부 링크란 박물관 설립 및 운영에 관련해서 직접적으로 연결되는 기관들의 사이트 링크를 말하는 것이고, 외부 링크란 만화와 관련해서 연구기관, 행정기관, 교육기관 등 박물관에서 재량껏 제공하는 링크를 말한다. 내부 링크의 경우, 한국만화박물관은 패밀리 사이트라는 이름으로 한국만화영상진흥원, 디지털만화규장각, 코믹타운, 국제만화가대회, 부천국제만화축제 등 관련 기관의 링크를 모두 제시하고 있다. 교토국제망가뮤지엄의 경우도 마찬가지로 교토 세이카 대학과 IMRC, 그리고 교토시청의 링크를 같이 제시하고 있다. 외부 링크의 경우에는 다른 모습을 보여주고 있다. 한국만화박물관은 한국만화영상진흥원에서 관련 외부 기관의 링크를 제공하고 있지만 박물관 사이트 내에서는 외부링크를 제시하지 않고 있다. 그러나 교토국제망가뮤지엄은 일본 전 지역 내에 산재한 여러 만화 관련 박물관과 미술관 링크 및 관련 학회 등의 링크를 제시하고 있다. 이러한 관련 기관의 링크 외에도 해당 지역, 즉 교토와 관서지역 내의 몇몇 문화행사의 링크를 제시하고 있다. 둘 다 외부 링크의 선정에 있어서 특별한 기준이 보이지 않는다는 점에서는 공통점이 있다고 할 수 있다.

### 3) 체험/전시형 콘텐츠

체험/전시형 콘텐츠란 만화와 관련해서 제시하는 여러 프로그램들로서 그 대상을 만화 관련 실무자나 연구자가 아닌 일반 만화 이용자를 대상으로 하는 것들을 의미한다. 크게 전시 프로그램과 교육 프로그램으로 나뉘는데, 이들은 전시 및 교육 프로그램에 대한 성격, 목적, 행사 공지, 과거 행사 기록 및 예정 행사 사전 공지 등을 의미하는 것이다.

그리고 체험/전시형 콘텐츠 항목에 부가적으로 해당될 수 있는 것으로는 온라인 이용자에 대한 피드백의 공간 문제를 들 수 있다. 게시판이나 이메일, FAQ (Frequently Asked Questions)를 통

한 기존 제공 정보 외에 개별적으로 요구하는 정보에 대한 접촉과 그 피드백이 보이는 공간이 제공되는지에 대한 부분이다.

체험/전시형 콘텐츠와 관련해서 두 박물관 모두 자세한 콘텐츠를 제공하려고 하고 있다는 점에서 비슷하다. 그리고 두 박물관이 이와 같은 콘텐츠의 부각을 통해 박물관 사이트의 목적을 보여주려 하고 있다는 점에서도 유사하지만 제시 방법에서는 차이를 보이고 있다.

한국만화박물관의 경우를 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 전시 프로그램과 교육 프로그램의 구분이 ‘전시’와 ‘교육’이라는 항목으로 구분되어 있다. 따라서 박물관 이용 예정자들이 검색 초기 단계에서 콘텐츠 종류에 따라 선택하도록 유도함으로써 선택 시간을 단축시켜주고 있다. 두 프로그램의 기본 구성은 비슷하다. ‘전시’가 ‘상설 전시관’과 ‘기획 전시관’이라는 구성을 한 것처럼, 교육 프로그램도 ‘상설체험교육’과 ‘「만화 상상놀이터」 아카데미’로 구분해서 제공하고 있다.

‘전시’와 ‘교육’ 메뉴의 기본 구성은 비슷하다. 이미지와 전시(혹은 교육)개요, 진행유무라는 항목으로 분류되어 있으며, 이미지 혹은 자세히 보기를 통해 좀 더 상세한 내용을 살펴볼 수 있도록 되어 있다. 현재 진행되고 있는 전시와 기획의 콘텐츠는 꽤 상세한 편이라고 할 수 있다. 그러나 과거와 미래예정에 대해서는 부족한 편이다. 과거에 진행되었던 전시의 경우에는 2009년부터 현재까지의 기록만 제공되고 있고, 교육의 경우에는 2013년 기준으로 보았을 때 이전 해인 2012년에 진행되었던 교육 프로그램의 기록밖에 남아 있지 않다. 한편 앞으로 제공될 미래의 전시 프로그램과 교육 프로그램에 대해서는 전혀 제공되지 않기 때문에 앞으로 어떤 것이 제공될지 사전에 알 수 있는 방법이 없다.

교토국제망가뮤지엄의 경우는 이런 점에서 한국만화박물관과 차이를 보이고 있다. 우선 부천과 달리 ‘전시’와 ‘교육’이라는 구분이 없다. 대신 ‘전시/이벤트’ 내에 전시를 포함한 모든 종류의 행사를 포함시키고 있다. 즉 성격별 분류를 하지 않지만 상설전시/이벤트와 과거에 개최된 행사들에 대해 제시하는 부분

은 자세하게 나타나고 있다. 반면 시간적 흐름에 따른 제시 콘텐츠의 구분을 설정하고 있다. 초기부터 현재까지 진행했던 여러 종류의 행사들을 연대순으로 제시하면서, 전시에 대해서는 별도의 타임라인 캘린더 방식으로 지금까지 해온 전시의 일정을 보여주면서 해당 전시를 클릭 시 그 내용을 알 수 있도록 해놓았다.

마지막으로 피드백에 관한 항목이다. 여기에서 두 박물관은 대조적인 모습을 보여주고 있다. 한국만화박물관이 교토국제망가뮤지엄에 비해 더 양방향적인 사이트 운영을 하고 있다. 한국만화박물관은 ‘고객센터’의 하위 메뉴인 ‘공지사항’, ‘자주하는 질문’, ‘고객의 소리’, ‘관람후기/사진자랑 게시판’ 중에서 박물관 이용자들이 자신의 의견 개진을 할 수 있는 곳으로 ‘고객의 소리’와 ‘관람후기/사진자랑 게시판’을 제공하고 있다.

‘고객의 소리’는 박물관 측에 요청/요구 혹은 문의하고자 하는 내용을 공개 혹은 비공개로 올리는 곳이다. 여기에서는 처리일, 처리상태도 목록상에서 확인 가능하도록 해놓은 곳으로 2009년 9월부터 현재까지의 기록이 남아 있다. ‘관람후기/사진자랑 게시판’은 박물관 이용자들이 자신들의 사진과 기록을 남길 수 있는 공간으로 설정해 놓았다. 이 두 섹션을 통해 박물관 이용자들의 긍정적/부정적 의견을 모두 수용할 수 있도록 해놓은 것이다.

교토국제망가뮤지엄은 한국만화박물관처럼 박물관 이용자들이 자의적으로 이용할 수 있는 곳이 존재하지 않는다. ‘이용안내’ 중에서 ‘FAQ’가 박물관 이용에 대한 자세한 정보를 제공하고 있다. 그러나 뮤지엄 측에서 예상하는 질문에 대한 답변 형식의 제시이기 때문에 양방향적 대화공간을 설정해 직접적 피드백을 받는 방식은 아니다.

### 3. 제시 콘텐츠 유형에 따른 박물관 웹사이트의 특성

위에서 제시된 콘텐츠의 유형에 따라 나타난 분석결과를 정리해 보면 아래 <표 5>와 같다. 해당 사이트를 통해 직접 제시하는 경우를 보면 한국만화박물관은 5가지가 되고, 교토국제망가뮤지엄은 7가지가 된다. 이 중에서 두 박물관이 공통적으로 제시하는

것으로는 ‘시설 현황’ 과 ‘전시 프로그램’ , 그리고 ‘교육 프로그램’ 이다. 시설에 대한 소개 콘텐츠와 전시/교육 관련 프로그램의 제시는 결국 두 박물관 모두 각각의 시설에 적합한 오프라인 프로그램의 운영이 중요한 사업임을 의미해준다.

콘텐츠 유형		한국만화박물관		교토국제망가뮤지엄	
		유/무	관련 링크	유/무	관련 링크
홍보형	역할/기능	△	한국만화 영상진흥원	○	-
	연혁	×	한국만화 영상진흥원	○	-
	조직	○	-	×	-
	시설 현황	○	-	○	-
	경영 현황	×	-	×	-
전문 정보형	소장 자료	△	한국만화도서관	○	-
	만화 관련 연구	×	-	△	IMRC
	만화 관련 소식	△	디지털만화 규장각	△	블로그 운영
	관련 사이트 링크	△	디지털만화 규장각	○	-
체험/ 전시형	전시 프로그램	○	-	○	-
	교육 프로그램	○	-	○	-
	피드백	○	-	×	-

표 5. 콘텐츠 유형별 분류

한편, 교토국제망가뮤지엄은 역할/기능을 소개하는 항목과 함께 연혁을 제시하면서 박물관 자체에 대한 홍보에 무게를 두고 있는 것으로 해석된다. 4개 외국어 버전 콘텐츠를 제공하는 것 또한 이러한 홍보에 초점을 맞추고 있다는 것과 같은 맥락에서 볼 수 있다. 한국만화박물관은 이러한 교토국제망가뮤지엄과는 달리 박물관 관람객과의 소통을 강조하는 피드백에 무게를 두고 있다. 사이트 방문자가 자신의 의견을 제시하고 이에 대한 답변

을 받는 ‘고객의 소리’를 통해 사이트 방문객들은 다른 이용자들이 게재해 놓은 내용을 확인해 볼 수 있기 때문에 이용자가 제공하는 유일한 콘텐츠인 셈이다. 홍보적 성격을 강조하려는 교토국제망가뮤지엄과는 달리 한국만화박물관은 사이트 방문자와의 양방향적 커뮤니케이션을 강조하고 있는 것이다. 즉, 한국만화박물관은 웹사이트의 기능적 특성을 좀 더 활용하려는 모습을 보여주고 있는데, 이는 디지털만화규장각에서도 나타나고 있다. e-book의 기능을 활용해서 온라인에서도 만화를 이용할 수 있는 ‘스마트웹’이 그 예이다. 박물관의 직접 방문 없이도 만화 이용을 가능하게 한 것으로서, 관련 소프트웨어의 설치가 필요하고, 구매를 통한 다운로드방식이며, 이용 가능 만화가 아직 양적으로 부족한 상태이긴 하지만 교토국제망가뮤지엄과 비교해볼 때 차별화되는 특징인 셈이다.

연결 링크를 통해 간접적으로 콘텐츠를 제시하는 경우는 한국만화박물관이 상대적으로 많은 것으로 나타났으며, 두 박물관이 공통적으로 연결 링크를 활용하는 콘텐츠는 전문정보형 콘텐츠에서만 나타나고 있다. 한국만화박물관이 ‘한국만화도서관’과 ‘디지털만화규장각’이라는 별도의 사이트를 통해 소장 자료 검색, 만화관련소식과 관련 사이트 링크를 제공하는 반면, 교토국제망가뮤지엄은 IMRC와 블로그를 통해 학술적 연구에 대한 정보와 박물관 자체에 관한 소식을 제공하고 있다. 이는 두 박물관 모두 업데이트가 수시로 이루어져야 하는 콘텐츠에 대한 부분은 별도의 사이트를 통해 운영하는 방식을 활용하고 있다는 점을 보여준다.

제공하지 않고 있는 콘텐츠의 경우에는 두 박물관 모두 3가지 형태에서 나타나고 있으나 경영 현황을 제공하지 않는 부분에서만 공통적일 뿐 각기 다른 유형에서 보이고 있다. 홍보형 콘텐츠 유형에서 한국만화박물관이 연혁을 제시하지 않고 있다. 이런 유형의 콘텐츠 부재를 보이는 이유는 박물관을 운영하는 주체인 한국만화영상진흥원의 사이트<sup>34)</sup>가 별도로 존재하기 때문이다. 한국만화영상진흥원에서는 연혁이나 목적과 같은 박물관 사이트가 가

지고 있지 않은 홍보형 콘텐츠를 모두 제공하고 있는 것이다. 한국만화영상진흥원은 한국만화박물관, 한국만화도서관, 디지털만화규장각, 국제만화가대회<sup>35)</sup>, 그리고 부천국제만화축제<sup>36)</sup>라는 5개 사이트의 운영주체이기 때문에 별도의 사이트에서 기본적인 홍보형 콘텐츠를 모두 제시하기 보다는 운영주체 사이트에서만 제시하는 것이다.

## IV. 결론

### 1. 연구 결과

위에서 제시했던 것처럼 본 연구는 부천에 위치한 한국만화박물관과 일본 교토에 위치한 교토국제망가뮤지엄이 자신들의 사이트를 통해서 제시하는 콘텐츠의 성격을 분석해보고자 했다. 이를 위해 홍보형 콘텐츠와 전문정보형 콘텐츠, 그리고 전시/체험형 콘텐츠라는 유목으로 분석했으며 대체적으로 두 박물관 모두 세 유목에 해당하는 콘텐츠를 비슷하게 제시하는 것으로 나타났다. 오프라인 박물관의 시설 현황과 전시 프로그램, 그리고 교육 관련 이벤트에 대한 콘텐츠는 공통적으로 제시하고 있다.

그리고 이러한 점을 박물관 기능에 따라 정리하면 다음과 같이 정리될 수 있다. 앞에서 제시했던 것처럼 박물관의 기능인 ①수집·보존 기능, ②연구 기능, ③전시 기능, ④교육 기능에 따라 보면 두 박물관 사이트는 비슷한 양상을 보이고 있다. 즉, 연구 기능에서 두 박물관 사이트 모두 취약성을 보이기는 했지만, 웹 사이트를 통해서도 박물관이 가져야 하는 기능 자체에 대해서는 충실하려 한 것으로 나타나고 있다.

---

34) <http://www.komacon.kr/main/index.asp>

35) <http://www.intercomicon.org/>

36) <http://www.bicof.com/main.asp>



	수집보존기능	연구기능	전시기능	교육기능
한국만화박물관	○	×	○	○
교토국제망가뮤지엄	○	△	○	○

표 6. 웹사이트의 콘텐츠를 통해서 나타난 박물관로서의 기능

하지만, 제시하고 있는 콘텐츠의 세부 항목에서 차이 또한 나타났고, 이러한 차이를 통해 두 박물관의 웹사이트의 특성에서 차이가 있다는 것을 확인할 수 있다. 한국만화박물관은 교토국제망가뮤지엄보다 인터넷의 기술적 특성을 좀 더 활용하면서 양방향적 커뮤니케이션과 더 많은 정보의 제공에 목적을 두고 있는 것으로 보인다. 첫째로 업데이트가 수시로 이루어져야 하는 콘텐츠의 경우에 별도의 사이트를 운영하고 있다. 한국만화도서관과 디지털만화규장각이 그 예이다. 박물관 자체에 대한 변동이 적은 정보의 사이트와 변화가 많고 최신화된 정보가 중요한 사이트를 차별화함으로써 운영의 효율성을 유도하고 있다. 또한 디지털만화규장각에서 제공하는 e-book 기능을 활용한 스마트패드 IT의 기술을 활용하려는 사례이다. 둘째로 공공기관으로서 이용자와 운영자의 양방향 커뮤니케이션에 초점을 맞추고 있다. 인터넷이 가지고 있는 특징 중 하나인 양방향 소통의 가능성을 게시판이라는 형태로 활용하고 있다. 박물관의 온라인 방문자와 오프라인 방문자가 제시하는 의견에 대한 즉각적 반응을 시도하기 위한 피드백 기능의 활성화는 박물관 운영주체가 이용자를 고려하기 위한 의도를 보여주는 것이다.

교토국제망가뮤지엄은 이러한 한국만화박물관과는 약간은 다른 특징이 나타난다. 홍보적 성격의 콘텐츠가 강조되고 있다. 연혁, 설립과정과 배경에 대한 설명이 구분되어 제시되는 점, 그리고 4가지의 외국어 사이트가 이를 뒷받침해주는 사례이다. 이는 두 가지 목적 때문인 것으로 보이는데 하나는 지역차원에서 공동으로 운영되는 자치사업이라는 점이고 다른 하나는 방문대상을 해외까지 확대하고자 하는 점이다. 교토국제망가뮤지엄은 시정부와 일반사립대학이 공동으로 운영하는 방식이다. 즉, 독립된 기관이

기는 하지만 지역차원의 운영자들이 공동으로 운영하면서 공공기관으로서의 방향을 명확하게 하려는 의도로 분석된다. 특히, 설립하기까지의 과정에 대한 배경설명과 박물관으로 사용되는 건물이 가지고 있는 역사적 특징까지 제시하는 것은 공동 운영의 자치성을 강조함으로서 지역공공기관이라는 점을 홍보하려는 것으로 해석된다. 그리고 해외 방문객을 확대하기 위한 차원의 4개국어 사이트를 제공하는 것도 홍보적 성격을 강조하는 것이다. 2007년 교토시 산업관광국이 발표한 자료에 따르면, 2007년에 교토를 방문한 외국인 관광객은 92만 7,000명으로 집계되었다.<sup>37)</sup> 이 중에서 미국인 관광객이 30.9%, 대만과 중국 관광객이 19.2%, 그리고 한국 관광객이 7.8%로 이들만으로도 총 57.9%를 차지하는 것으로 나타났다. 이러한 해외 관광객 수와 국적별 구성을 기초로 외국어 버전으로 영어 외에 한국어, 중국어가 포함된 것으로 보인다. 둘째로 한국만화박물관과는 달리 웹사이트 Top페이지에 진행 중인 전시, 워크숍, 특별전 등 현 시점에서 진행 중인 정보를 찾아보지 않고도 바로 알 수 있게 해놓은 점은 체험/전시형 콘텐츠에 대한 중요성을 강조함과 동시에 적극적인 홍보로 볼 수 있다. 이처럼 교토국제망가뮤지엄은 박물관의 오프라인 운영을 활성화하기 위한 보조적 수단으로서 박물관 사이트를 활용한다는 목적이 강조되는 것으로 볼 수 있다.

## 2. 후속 연구에 대한 제언

본 연구는 한국만화박물관과 교토국제망가뮤지엄의 웹사이트에서 제시하는 콘텐츠의 특성을 유형별로 분석하는데 초점을 맞추고 있다. 즉 온라인 콘텐츠에만 집중되어 있는 것이기 때문에 두 박물관에 대한 다각적 접근이 후속 연구로서 시행될 필요가 있다. 본 연구의 목적 중의 하나가 이번 연구를 통해 다른 관점에 의한 연구방식을 제시하는 것이 있기 때문에 이 연구를 통해서 제시하고자 하는 후속 연구의 방향은 다음과 같다.

37) 京都市産業観光局, 京都市観光調査年報, 2007, 奥田印刷, p.4

우선 웹사이트라는 온라인에 대한 연구를 더 다각화할 필요가 있다. 즉, 콘텐츠가 아닌 웹사이트에 대한 기능적 분석과 웹사이트 방문객에 대한 이용자 분석이 필요하다. 이를 통해 온라인 이용자가 원하는 콘텐츠와 제공자가 제공하는 콘텐츠의 적합성을 분석하는 콘텐츠의 효용성을 연구할 필요가 있다. 이러한 연구는 만화박물관들이 제시되는 콘텐츠가 좀 더 이용자가 원하는 방향으로 개선될 수 있도록 조절하는 역할을 할 것으로 본다. 둘째로는 운영주체의 운영현황에 대한 분석이다. 만화박물관이 공공적 성격의 기관으로서 그 역할을 확대하기 위해서는 양적/질적 성장이 필요하고 이를 위해서는 운영현황 분석을 통한 차기 전략과 수단을 도출해낼 수 있기 때문이다. 이는 온라인 콘텐츠와 오프라인 콘텐츠에 대한 비교, 분석을 통해 시행할 필요가 있다.

## 참고문헌

- 김옥, 「청소년 정보 웹사이트 평가에 관한 연구」, 중앙대학교 석사학위논문(2003.2).
- 김진아, 「미술관 웹사이트 콘텐츠 분석과 평가에 관한 연구」, 이화여자대학교 석사학위논문(2005.8).
- 주세강, 「경북대학교 자연사박물관 웹사이트 개발 연구」, 경북대학교 대학원 석사학위논문(2011.2).
- 고영만, 오삼균, 「인터넷공공도서관 구축모형 연구」, 『정보관리학회지』, 제16권제4호(1999.12), pp.109-123.
- 김미연, 박찬훈, 최진원, 「건설문화박물관의 웹사이트 구축을 위한 콘텐츠 서비스방안에 관한 연구」, 『대한건축학회논문집: 계획계』, 제24권제1호(통권 231호, 2008.1), pp.19-27.
- 김성희, 남재우, 「도서관 모바일 웹사이트의 인포메이션 아키텍처에 관한 연구」, 『정보관리연구』, 제42권제1호(2011.1), pp.1-23.
- 김진희, 「공공도서관 홈페이지에 관한 연구」, 『도서관연구』, 통권16권(1999.12), pp.77-90.
- 남영준, 장로사, 「법학전문도서관 웹사이트의 콘텐츠분석」, 『정보관리연구』, 제41권제1호(2010.1), pp.69-95.

- 노동조, 김정아, 「의학도서관 웹사이트의 콘텐츠 분석에 관한 연구」, 『한국비블리아』, 제21권제3호(2010.9), pp.45-56.
- 박신의, 「만화 창작 진흥을 위한 부천시 한국만화박물관의 역할 모델 연구」, 『만화애니메이션연구』, 통권제13호(2008.4), pp.13-27.
- 서혜란, 「한국 공공도서관의 인터넷 서비스: 현황과 전망」, 『정보관리학회지』, 제18권제1호(2001.3), pp.23-42.
- 성기주, 윤소정, 「공공도서관의 웹목록 서비스에 관한 연구」, 『한국문헌정보학회지』, 제33권제3호(1999.3), pp.23-44.
- 송정화, 최준혁, 임채진, 「사이버 전시관의 Information Architecture 와 그 구성에 관한 연구: 박물관 웹사이트를 중심으로」, 『한국박물관건축학회논문집』, 통권 제5호(2001.11), pp.41-53.
- 이란주, 윤소정, 「도서관 홈페이지 설계에 관한 연구 -- 인터페이스와 정보자료구성을 중심으로」, 『한국문헌정보학회지』, 제32권제4호(1998.12), pp.141-157.
- 이승민, 김혜경, 「국내 대학 웹사이트의 정보구조 분석에 관한 연구」, 『정보관리학회지』, 제21권제2호(2004.6), pp.127-152.
- 이운형, 한지숙, 「웹사이트 디자인 요소의 평가 개념 설계」, 『한국디자인포럼』, Vol.37(2012.11), pp.435-444.
- 장로사, 김성희, 「어린이 도서관 웹사이트 콘텐츠 비교·분석」, 『한국도서관·정보학회지』, 제37권제4호(2006.12), pp.463-482.
- 조선영, 강혜경, 이선영, 강명희, 「출장요리서비스 웹 사이트의 구성 및 내용 분석」, 『대한영양사협회 학술지』, 제11권제3호(2005.8), pp.273-285.
- 조찬식, 「서울시 공공도서관의 웹페이지 콘텐츠 분석」, 『한국비블리아』, 제12권제2호(2001.12), pp.105-124.
- 차미경, 「인터넷을 활용한 공공도서관 지역정보봉사에 관한 연구」, 『한국비블리아』, 제12권제1호(2001.6), pp.157-169.
- 한대광, “서울에 만화거리·만화박물관 생긴다”, 『경향신문』, 2013년 1월 29일.  
[http://news.khan.co.kr/kh\\_news/khan\\_art\\_view.html?artid=201301290000075&code=950201](http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201301290000075&code=950201)
- 京都市産業観光局, 京都市観光調査年報, 2008, 奥田印刷.

## ABSTRACT

### The Case Study of the Content of Comics Museum Websites: Comparative Analysis on "Korea Manhwa Museum" and "Kyoto International Manga Museum"

Kwon, Jae-Woong

This research explores websites of comics museum provided by the Korean Manhwa Museum and the Kyoto International Manga Museum and is supposed to analyze the type of content and finding out features. Since both museums specialize in comics and provide diverse information related to comics and their museums, this research analyze them on the basis of three types of categories, which are public relations content, professional content, and exhibition/education content

The result shows that both museums generally provide similar type of information and content even though there are small differences. Especially, they have common points in the way that both offer detailed information of museum facilities and about exhibition schedules and education programs.

However, the goal they are aiming at shows a difference. Korea Manhwa Museum tries to have interactive communication with its site visitors using the bulletin board system and to update newly published comics and events frequently managing separate websites. Kyoto International Manga Museum seems to focus on promoting itself in order to have more museum visitors. It provides detailed information such as history of the museum building, the object of setting up the museum and so on. Also, it provides four different foreign language websites.

Key Word : comics museum, websites, content, Korea Manhwa Museum, Kyoto International Manga Museum

권재웅  
한림대학교 언론정보학부 디지털콘텐츠전공 부교수  
(200-702) 강원도 춘천시 한림대학길 39  
Tel : 033-248-1936  
kwonjw@hallym.ac.kr

논문투고일 : 2014.01.30

심사종료일 : 2014.02.22

게재확정일 : 2014.03.05